

Arte de elite em uma era de populismo*

Julian Stallabrass

Conferencista, escritor, curador e fotógrafo, professor no The Courtauld Institute of Art (University of London), é autor de vários livros, como *Internet Art: The Online Clash of Culture and Commerce* (Londres: Tate Gallery Publishing, 2003); e *Art Incorporated: The Story of Contemporary Art* (Oxford: Oxford UP, 2004). Também colabora como crítico de arte para diversas publicações, como *Tate*, *Photoworks*, *Art Monthly*, e *New Statesman*.

Resumo. Este artigo, retomando a análise feita por Jameson sobre a Pós-Modernidade, investiga de que maneira o populismo ingressa no mundo da arte erudita em um cenário agora marcado pela expansão das tecnologias de informação e pelo advento das redes sociais.

Palavras-chave. neo-conceitualismo; street art; arte contemporânea; populismo

Elite Art in an Age of Populism

Abstract. This article, reconsidering Jameson's analysis of Postmodernity, investigates how populism enters the world of high art in a scenario now marked by the expansion of information technologies and by the advent of social networking.

Keywords. neo-conceptualism; street art; contemporary art; populism

151





O mundo da arte está atravessando tempos realmente bizarros. Muitos historiadores da arte, críticos e teóricos nos garantem que é virtualmente impossível ver além dos horizontes do presente neoliberal e de sua cultura de pura superfície trivial, obcecada com celebridades, e ainda assim muita arte lida de forma impactante com o alcance global da exploração, com histórias profundas e memórias da opressão, com a prevalência da desigualdade de gênero, com geopolítica e a “guerra ao terror”. Das duas maiores tendências da arte atual — cruamente esboçadas: arte que lida com a intersecção de questões documentais e políticas, em oposição aos espetaculares e caros objetos de arte, destinados à parede do museu e à mansão do bilionário — uma teve suas pernas quebradas pela crise financeira. Os mais badalados artistas do boom da arte contemporânea — entre eles, Jeff Koons, Damien Hirst e Banksy — são a pior aposta; o rendimento do leilão de Hirst caiu quatorze vezes desde seu (admitidamente estelar) pico de 2008.¹

Amplamente coincidente com esses anos de *boom* foi a notável ascensão nas redes sociais e nas publicações online de muitos tipos de criação cultural que se tornaram conhecidos como Web 2.0: amadores, evidentemente, há muito faziam arte, mas antes do preço do espaço do servidor e da transmissão veloz de dados cair a um nível que não mais fazia sentido medir, eles tinham pouco acesso a audiências globais.² Quando o *uploading* de material se tornou quase gratuito, e milhões de pessoas passaram a divulgar suas criações online, houve uma estranha resposta tecnológica à demanda de Walter Benjamin de que a arte deveria ser julgada pelo quanto promovia a “socialização dos meios intelectuais



de produção”.³ De igual modo, os espaços comercializados nos mais bem-sucedidos sites Web 2.0 — Facebook, por exemplo, e Flickr — podem ser vistos como versões para o mercado de massa, controladas e contidas, do completo empoderamento do usuário prometido pelos pioneiros da Mídia Tática nos anos 1990.⁴

Por tudo isso, a expressão “pós-moderno” não mais parece adequada. Ainda assim a dificuldade de ver à frente uma transformação cultural, social ou política, apesar das impactantes novidades do presente, certamente é uma questão pós-moderna — de fato Jameson abriu seu ensaio fundacional sobre o assunto com observações sobre o “milenarismo invertido” da era, no qual há inúmeros finais, mas não começos.⁵ A dificuldade pode ser entrevista nas tentativas fracassadas de caracterizar positivamente o novo: *O retorno do real*, de Hal Foster, enquanto identifica elementos da arte contemporânea que se colocam em tensão com a teoria pós-moderna, permanece pessimista com relação aos horizontes de possibilidade para esses tempos firmemente neoliberais; as análises muito abrangentes de Michael Hardt e Antonio Negri, *Império* tratam de eventos relacionados ao 11 de setembro e à reassertão do poder imperial de velho tipo; a tentativa de Nicolas Bourriaud de sintetizar elementos do modernismo e do pós-modernismo para construir o *altermodern* geralmente não é convincente.⁶

Enquanto esse ensaio irá focar muito mais o mundo da arte do que o ensaio de Jameson sobre o pós-modernismo, é válido retornar a ele a fim de analisar o presente nos termos dessa bem-sucedida caracterização do passado, e vice-versa. Como é bem sabido, a preocupação de Jameson é a tentativa de periodizar o pós-modernismo, alinhando-o com o capitalismo pós-industrial, e a descrição de seus elementos principais em nítido contraste com o modernismo. Ele se detém na falta de profundidade do novo, contrastando as serigrafias de Andy Warhol, *Diamond Dust Shoes*, com as botas pintadas por Van Gogh. As superfícies desgastadas das últimas são produto de labuta manual, enquanto as primeiras sustentam uma superficialidade mortal, mas sem emoção.⁷ A superficialidade é acompanhada por um enfraquecimento do poder da história, e por uma relação esquizofrênica com a significação, que deixa um “entulho” de elementos desconexos, e com isso a ruína de qualquer sentido coerente de *self*.⁸ O vasto fluxo da cultura é tomado pelos espectadores por meio de uma estética da sobrecarga e da rápida troca de uma fonte por outra, o que é evocado pelo *alien* em *The Man Who Fell to Earth*, que olhava 57 telas de TV ao mesmo tempo.⁹ O espetáculo é passivamente consumido, e o eterno presente não admite nem ação, nem agenciamento.





Jameson também nota que o pós-modernismo era um “populismo estético”, referindo-se ao livro-manifesto *Aprendendo com Las Vegas*.¹⁰ No outono de 1968, pouco depois do verão de dissensão revolucionária em muitos países, professores da Yale School of Art and Architecture, incluindo Robert Venturi, levaram um grupo de alunos para uma saída de campo, não para ver as maravilhas de Roma ou as torres modernistas de Chicago, mas até Las Vegas para examinar a arquitetura da Strip. Os estudantes apelidaram o curso de “A Grande Locomotiva Cultural Proletária”, e isso dá uma pista de um de seus mais importantes aspectos, que era uma defesa da cultura popular contra o gosto da elite cultural. A arquitetura de cassino da Strip foi concebida para entreter gostos populares: deste modo, argumentam os autores, era mais democrática do que os edifícios modernistas cujos criadores insistiam em uma ausência de decoração e em uma concentração em formas sem adorno, imbuindo-as de retidão moral. Eles celebram a extraordinária mistura de pastiche de estilos e histórias que se podia encontrar na Strip:

Marroquino Miami, Estilo Jet Set Internacional; Arte Moderna Hollywood Orgásmica, Orgânica Por trás; Bernini Yamasaki cum Orgiástico Romano; Mourisco Niemeyer; Mourisco Tudor (Mil e uma noites); Havaiano Bauhaus.¹¹

Também recomendavam uma arquitetura e uma cena urbana que fosse “quase correta”.¹² Isto é: longe da perfeição em termos modernistas utópicos, que desejariam que tudo estivesse para sempre fixado, mas que, por toda a sua bagunça e contingência, estivessem imbuídas com uma ordem emergente cheia de incidente e entretenimento. O que era defendido aqui, com base em sua popularidade, era o gosto da classe média branca, e assim como a Strip era “quase correta”, do mesmo modo o eram os tão denegridos subúrbios.





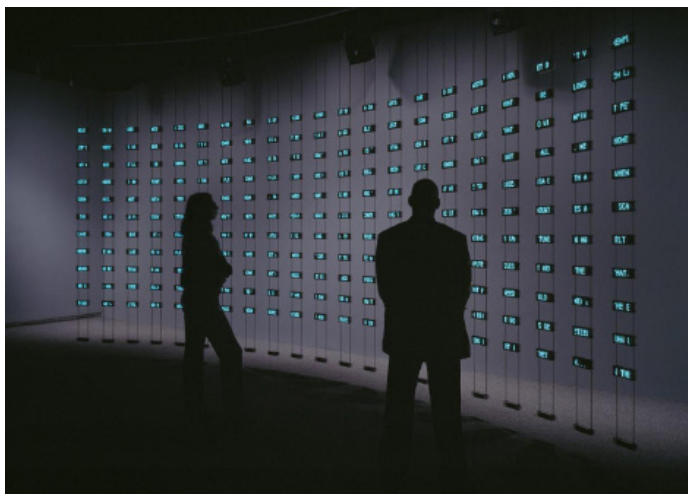
Bonaventure Hotel, Los Angeles

O próprio exemplo arquitetônico de Jameson para o pós-modernismo eram os espaços espelhados e desorientadores do átrio do hotel de John Portman, o Bonaventure, em Downtown Los Angeles. Ele foi considerado um análogo arquitetônico das redes de comunicação global descentralizadas que formam a base da economia pós-industrial. Essa também era uma obra populista que não tentava inserir uma presença *alien*, utópica na cena urbana, mas ser uma impactante adição a ela, e o prédio era de fato popular com locais e turistas.¹³

Ao reconsiderar o ensaio de Jameson, parece haver características do pós-modernismo que foram amplamente confirmadas, e mesmo intensificadas. Para a “superficialidade” da cultura contribuíram a própria extensão e velocidade da cultura digital, com suas breves eclosões de popularidade, intermináveis novidades, e a facilidade com que encoraja que se clique em diversas formas de informação e entretenimento (notícias, jogos, fofocas, novidades de vídeo, pornografia e redes sociais, para mencionar apenas alguns). A profundidade e extensão da informação sobre muitos tópicos disponibilizados *online* pode ser vasta, e pode encontrar rivais apenas nas maiores bibliotecas (ainda que também seja fissurada pelas agendas que determinam o que será digitalizado e sob quais acordos legais), mas essa indubitável riqueza com frequência é contrariada pelo fluxo de novidade e distração. Confrontados com a extraordinária proliferação de informação e diálogo social, os efeitos do sublime dos dados são sentidos por toda parte, tanto no sublime matemático da expansão digital como no sublime dinâmico de sua rápida transformação. As cascatas de dados que confrontam o *alien* de Roeg parecem arrastar todos aqueles que vivem em ambientes mediatizados, e o mundo



da arte regularmente responde com suas próprias versões: das mais diretas, como *Listening Post* (2004), de Mark Hansen e Ben Rubin, que dirige o fluxo dos textos online para uma imersiva cachoeira digital; até bibliotecas e salas de arquivo cuidadosamente registradas (interpretações tecnologicamente avançadas do antigo sublime dos dados), de Candida Höfer; ou as numerosas fotografias de museu em larga escala que sobrecarregam o espectador com a riqueza de seus detalhes, enquanto oferecem poucos meios com os quais interpretá-los; ou as muitas maneiras de visualizar a complexidade da estrutura da Internet, entre as quais uma das pioneiras é o *web browser I/O/D 4* (1997), de Matthew Fuller, que dá ao usuário acesso direto a um mapa dinâmico da grade de *links*.



Mark Hansen e Ben Rubin: *Listening Post* (2004)

O populismo que Jameson identificou no pós-modernismo também parece ter ficado mais forte. A suspeita do mundo da arte em relação ao populismo é bem sintetizada na introdução de um catálogo sobre o tema, em que ele é descrito como uma recusa à complexidade que pretende apelar ao indivíduo comum, com frequência a respeito das consequências da globalização (seja a crescente insegurança do emprego ou os conflitos a respeito de religião).¹⁴ Enquanto alguns segmentos do mundo da arte revelam e exemplificam a complexidade, uma simplicidade forçada é a resposta populista à velocidade e ao âmbito da mudança.





Ainda assim, ao mesmo tempo o especulativo *boom* de arte contemporânea vê a ascensão de muita arte populista — isto é, uma arte de caráter simples, amplo apelo popular, e um entusiástico engajamento com a cultura de massa comercial, distribuída através de personas artísticas com marca. As altas esferas do mercado, de qualquer forma, são apimentadas por tais obras, com as figuras de Jeff Koons, Richard Prince, Takahashi Murakami e Damien Hirst em posição de liderança.¹⁵ Warhol, que, como deve ser lembrado, por muito tempo foi uma figura desprezada e isolada, devido a seu comercialismo e sua caça a celebridades, possivelmente substituiu Marcel Duchamp como o pai fundador da arte contemporânea.¹⁶ Banksy é a mais interessante dessas figuras, uma vez que sua carreira no mundo da arte é puramente um resultado da febre do *boom* (todas as outras têm reputações que o antecedem), sua obra era a princípio feita em confronto com o mundo da arte, e acima de tudo porque não foi a aprovação no interior do mundo da arte que conduziu seu sucesso de mercado, mas o peso da mídia *hype* e da popularidade.¹⁷

O mais extraordinário de tudo é o extremo populismo da arte de Banksy: suas mensagens são muito simples, clichês e instantaneamente apreendidas, baseando-se em técnicas publicitárias altamente familiares; seu estilo-assinatura é do mesmo modo pouco perturbado pela complexidade; e como ocorre com a maior parte da *street art*, popularidade, velocidade de produção e ubiquidade são valorizadas acima de tudo.

O fato de que tais obras grosseiras tenham sido levadas a tantas importantes coleções de arte contemporânea, sendo penduradas ao lado de peças de significativos artistas modernos e contemporâneos, indica uma profunda



mudança no mundo da arte. Em primeiro lugar, isso indica o mutável perfil do próprio ato de colecionar, na medida em que novos compradores foram atraídos pelas notáveis oportunidades de investimento oferecidas pela arte contemporânea até 2008; muitos conheciam pouco sobre história da arte e compravam com base no poder de nomes famosos, tendências facilmente identificáveis e escolas nacionais da moda. Isso também mostra que o mundo da arte, que cresceu para além de seu antes pequeno e fechado domínio euro-americano, está menos isolado do que estava da cultura mais ampla, tendo se tornado um clube social global para os mega ricos — entre os quais são numerosos, evidentemente, os empreendedores dos grandes conglomerados midiáticos. Onde antes havia uma profunda divisão entre o gosto popular e a arte de museu (pensemos, por exemplo, na condescendência com a qual L.S. Lowry foi tratado pelo mundo da arte britânico), agora o caminho entre a aprovação popular e a “excelência” da alta cultura parece, se não suave, menos intransponível.¹⁸

Enquanto Banksy é o mais extremo exemplo dessa mudança, a ascensão geral da *street art* é um fenômeno populista não menos notável. Houve um prévio flerte do mundo da arte com essa arte, particularmente nos anos 1980, com a tentativa combinada de comercializar a obra transferindo-a da parede para a tela, e a ascensão de umas poucas estrelas que alavancaram suas reputações de rua adaptando-se à cena das galerias (sobretudo Keith Haring e Jean-Michel Basquiat). Ainda assim o que mudou profundamente na *street art*, aparentemente uma criatura de velhas mídias como a lata de *spray* e a fotocopiadora, é o poder da Web: onde antes tinham vida curta e eram documentadas por uns poucos fotógrafos altamente dedicados, que iriam dispendar horas esperando que trens decorados passassem, sabendo que as obras que registraram seriam destruídas por equipes de limpeza naquela mesma noite, agora com a ubiquidade das câmeras digitais fáceis de usar e da publicação na Web, obras de *street art* vulneráveis ganham longas vidas, e seus artistas consideráveis reputações.¹⁹ O grafite, com frequência uma prática arcana de sinalização que fala a uma competitiva multidão que pode ler os códigos de escrita, numeração, sobregravação e superação constante do competidor, foi revestido com uma *street art* acessível, ilustrativa, que corteja a atenção popular, competindo com os anúncios em uma luta autoconsciente pelo direito à cidade.²⁰

O museu é impulsionado em duas direções incompatíveis. Em seu papel de elite e educativo, supõe-se que demonstre que o capitalismo pode sustentar autonomia cultural e criativa ao exibir obras que não podem ser encontradas na



cultura de massa padrão. Ao mesmo tempo, as demandas de gestão de marcas, *marketing* e “parcerias” com grandes negócios exigem que os próprios museus se abram ao gosto popular. A grande marca global que é a Tate respondeu a isso dedicando uma grande seção de suas livrarias conceituais à edições sobre *street art* e grafite, e publicando as suas próprias; vendendo estênceis, adesivos e *bottons* em estilo grafite; e oferecendo um jogo Flash que permite aos usuários decorar uma parede da Tate Modern.²¹ Também encomendou a bem conhecidos artistas de *street art*, como Blu e JR, a realização de grandes obras na fachada da Tate Modern em 2008. Na época em que escrevo, o Los Angeles Museum of Contemporary Art está recebendo a primeira grande exposição retrospectiva de *street art*.²²



JR na Tate Modern

As altas esferas da cultura de elite estão infectados pelo popular. Koons, Murakami e Hirst todos lidam com a cultura de massa, mas a filtram através de sensibilidades altamente individuais, e a reapresentam com segurança sob formas garantidas de neo-conceitualismo, de modo mais óbvio através da apropriação. Banksy não parece colocar nada entre aspas, e seu estilo, ainda que distinto, também é anódino, e suas preocupações — políticas, sociais e satíricas — são comumente



compartilhadas. O que a Web 2.0 proporciona é um *feedback* rápido e constante; a *street art* é continuamente testada contra ela, e a arte contemporânea como um todo se torna mais e mais aberta a ela, especialmente na medida em que cada vez mais seus produtos digitais encontram seu caminho no compartilhamento de mídias e nas redes sociais.

Olhando de novo do presente ao pós-modernismo, esse populismo pode agora parecer ser sua característica mais radical, uma vez que preparou o terreno para a erosão da cultura de elite. Ainda assim o “populismo” de *Aprendendo com Las Vegas*, como tantas coisas no pós-modernismo, misturou as operações de grandes negócios com o gosto popular, em um lance familiar ao qual o sentimento populista é com frequência submetido.²³ O que Venturi e seus colaboradores nos pediram para aceitar como “quase correto” não era o gosto popular, mas o gosto popular tal qual imaginado pelos donos de cassino. Isso foi testado apenas contra a democracia do dólar, que produz somente o cru contraste entre ligar/desligar, comprar/não comprar. Essa também é a “democracia” de Warhol, na qual o Presidente e o “vagabundo” bebem a mesma Coca-Cola, e que é entendida como não tendo a ver com poder e diálogo, mas com comprar coisas.²⁴ Tal visão tem pouca influência na experiência de toda a Strip — o tecido urbano poluído, ambientalmente catastrófico, vigiado e controlado —, que não está sujeita à escolha do consumidor. A Web 2.0 abre a possibilidade para uma detalhada análise quantitativa e qualitativa e para a manipulação do *feedback* popular — e qual organização comercial (museus, por exemplo) pode resistir a isso? Assim o populismo foi intensificado no mundo da arte, produzido pela exposição de suas instituições conceituais a forças de mercado, e pela gradual modernização do mercado de arte pelos cálculos regulares subjacentes ao investimento. Nessa intensificação, sua natureza também foi modificada. A ameaça à arte de elite vem da falta de fingimento da arte populista: ela não finge não ser uma *commodity*, ou não estar interessada em publicidade; ela não se recusa a portar as marcas de sua recepção; é relativamente aberta sobre seus métodos, e encoraja a participação; geralmente não está interessada na opinião de especialistas. É um produto, em suma, da cultura participativa, e não da transmitida.

Há outras características que essa cena cultural-tecnológica abre que não são reconhecíveis na apresentação feita por Jameson do pós-modernismo. Em primeiro lugar, há a habilidade de uma seção muito maior e mais ampla da multidão para fazer e publicar suas próprias obras (seja *street art*, música ou fotografia). Ao oferecer uma descrição mais positiva da atual fase do capitalismo do que o



reativo “pós-industrial”, Hardt e Negri apontam para o desenvolvimento do capitalismo informacionalizado, no qual a cooperação é mais importante do que o capital.²⁵ Ao perceber isso, a discussão de Perry Anderson sobre o contraste entre modernismo e pós-modernismo é útil:²⁶ o primeiro estava imerso no romance da inovação tecnológica na produção (os carros, aviões e transatlânticos que Le Corbusier elogiava, por exemplo); enquanto no último foram as tecnologias de reprodução que assumiram a liderança (assim a videoarte pode ser vista como uma forma pós-moderna arquetípica). No capitalismo de dados, vemos uma clássica síntese dialética dos dois, na medida em que as novas tecnologias unem produção e reprodução. Se a localização arquetípica do modernismo estava nas torres de negócios de Nova York e Chicago, e a do pós-modernismo no *playground* de Vegas Strip, ou no espelhado e descentralizado átrio de hotel, o local da nova era (apenas uma década mais velha) deve estar na troca de produtos juntamente com a união de personas de negócios e privadas no Facebook, e nas ruas das cidades transformadas pela multiplicação de camadas de dados.

O ponto de síntese da produção e da reprodução é o de que dados podem ser trabalhados, não meramente vistos; podem ser trabalhados pelos outros, oferecendo perspectivas personalizadas sobre conjuntos de dados, guiadas pelo próprio *input* do usuário. De modo mais radical, o poder computacional está crescentemente disponível para usuários na Web, que estão aptos a interrogar dados com perguntas específicas, e a usá-los para realizar cálculos.²⁷ Isso oferece poderosos instrumentos analíticos para qualquer um que tenha uma conexão de Internet. Análises de conjuntos de dados, mais comumente empreendidas a partir de dados numéricos, também podem ser aplicadas à cultura, como mostrou Franco Moretti em uma notável série de obras sobre a literatura global.²⁸

Conforme o apontado no catálogo *Populism*, a arte também sustenta (como um jogo de elite) alusões a formas de ativismo popular e democracia direta — uma forma regularmente demonstrada em *reality shows* televisivos.²⁹ Vasto número de pessoas está agora fazendo coisas que parecem um pouco com arte, e estão achando que não é tão difícil fazer isso. Ao mesmo tempo, o número de museus de arte contemporânea, instrumentos essenciais na gentrificação e no desenvolvimento regional, cresce rapidamente pelo globo, tornando a experiência de museu uma parte mais comum da vida cotidiana. Aqui a demanda de Jameson de que nós dialeticamente vejamos o positivo como negativo pode ser atualizada:³⁰ a superpopulação de produtos artísticos e de locais para mostrá-los servem às salutares demandas da desmistificação. Esse notável conjunto de



desenvolvimentos pressiona uma elite cultural que por muito tempo serviu como uma máscara para o neoliberalismo, enquanto o próprio sistema econômico entra em crise.

Essa cena cultural é acompanhada por uma outra, política, em que a corrupção, incompetência e impotência da classe política é iluminada; pela crise bancária e suas consequências que negam um futuro convencional, consumista a gerações inteiras, e pela falta de qualquer visão de futuro para além do enriquecimento que cresce lentamente, em que a inabilidade para ver além do presente se torna, com o aquecimento global, uma ameaça para nossa própria existência.

O problema de ver além do horizonte do presente sempre foi um de agenciamento e impotência. O livro de Jacques Rancière, *Hatred of Democracy*, argumenta que as elites querem que a democracia funcione de tal modo que possam exercer completo controle tecnocrático sobre a tomada de decisões sem a interferência do público, mas igualmente que desprezam a decadência que elas mesmas promovem ao impedir a participação das pessoas na vida e no poder políticos.³¹ “Populismo” é o termo de elite usado para condenar qualquer movimento para quebrar exclusão da maioria da tomada de decisão.³² Tal passividade sempre foi uma visão de Primeiro Mundo, um produto daquelas nações que tiveram os mais bem-sucedidos governos tecnocráticos, e que estão no topo da pirâmide da opressão econômica global. Em outros lugares, os anos desde que o livro de Jameson foi publicado foram uma era de revoluções. Sucedendo-se àquelas que depuseram as ditaduras comunistas na Europa, ocorreu a derrocada de outros regimes autoritários que haviam se estabelecido sob a Guerra Fria — na África do Sul, em muitos antigos estados soviéticos, na América do Sul, e mais recentemente nas revoltas da Primavera Árabe.

Invocar a revolução é apontar para os extraordinários perigos e oportunidades vinculados à popularização tanto da cultura como da política. A condenação da elite ao populismo cultural tradicionalmente tem se fundamentado na crença de que ele carece e mesmo ameaça destruir as qualidades que deveriam ser as mais valorizadas em arte — ambiguidade, complexidade e não necessidade de utilidade explícita. Do mesmo modo, a elite política condena os movimentos populistas por sua carência de *expertise*, e por sua crença de que problemas complexos demandam soluções simples. É certamente verdade que a arte populista está em paralelo com o populismo político: como Laclau indica, o aspecto comum de que a política populista apresenta a si mesma, de modo



autoindulgente, como representante do conjunto da comunidade.³³ Podemos encontrar afirmações similares em Hirst ou Banksy, que pretendem representar o povo comum contra o mundo da arte de elite. Isso ocorre em uma classe dividida entre uma multidão culturalmente ativa e uma elite que controla as altas esferas do mundo da arte contemporânea e da cena das bienais. Anderson de novo apresenta observações contundentes aqui: em primeiro lugar, a de que no pós-modernismo havia uma divisão entre o que ele chama de partidos “citra” e “ultra”, os primeiros afundados no espetacular e os últimos procurando eludi-lo, uma divisão que corresponde à classe de consumidores e àqueles que comandam o mercado.³⁴ Anderson associa isso a uma notável análise que compara a mudança do moderno ao pós-moderno àquela do Renascimento à Reforma. Enquanto as realizações intelectuais do Renascimento foram superiores, isso era um assunto de elite, e já a Reforma era em parte uma popularização das ideias renascentistas que atingiu “metade das pessoas comuns da Europa”. Anderson continua, escrevendo sobre o pós-modernismo:

“Plebeização” nesse sentido significa uma vasta ampliação da base social da cultura moderna; mas do mesmo modo significa uma grande diluição de sua substância crítica, resultando na insípida poção pós-moderna. A qualidade mais uma vez foi trocada pela quantidade, em um processo que pode ser olhado alternativamente como uma bem-vinda emancipação do confinamento de classes ou como uma terrível contração de energias inventivas.³⁵

Enquanto é verdade que os representantes da arte populista no mundo da arte sofreram com a crise econômica, essa é antes uma questão de incerteza com relação a investimento em certas estrelas da arte, do que uma redução fundamental da ânsia populista. Se o pós-modernismo é o modernismo popularizado, então a arte populista é o pós-modernismo popularizado, um resultado do esvaziamento tecnológico do comando dos produtores da cultura, cujo papel agora é enquadrar o popular.

Ainda assim o presente também abre a possibilidade de um populismo mais autoconsciente e autocrítico, conduzido não apenas pelo *feedback* contínuo e instantâneo, mas também pela ampla disponibilidade de instrumentos analíticos para analisar seus próprios produtos culturais e as respostas a eles. Nesse desenvolvimento, podemos entrever a síntese da crítica de elite e do populismo comum.



¹ *Contemporary Art Market 2009/10: ArtPrice Annual Report*. Lyon, 2010. p. 85.

² Sobre as notáveis consequências sociais e econômicas desse desenvolvimento, ver ANDERSON, Chris. *Free: The Future of a Radical Price. The Economics of Abundance and Why Zero Pricing Is Changing the Face of Business*. London: Random House, 2009.

³ BENJAMIN, Walter. The Author as Producer. In: JENNINGS, Michael W; EILAND, Howard; SMITH, Gary (Eds.). *Selected Writings*. Volume 2. 1927-1934. Cambridge, Mass.: The Belknap Press of Harvard University Press, 1999, p. 780.

⁴ Devo a David Garcia esse ponto. Ver também GARCIA, David; LOVINK, Geert. *The ABC of Tactical Media*. Nettime, 1997. Disponível em: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html>. Acesso em: 3 jun. 2011.

⁵ JAMESON, Fredric. *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. London: Verso, 1991, p. 1.

⁶ FOSTER, Hal. Whatever Happened to Postmodernism?. In: _____. *The Return of the Real*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1996; HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Empire*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000; BOURRIAUD, Nicholas. *Altermodern*. London: Tate Publishing, 2009.

⁷ JAMESON, 1991, p. 6-10.

⁸ JAMESON, 1991, p. 26-7.

⁹ JAMESON, 1991, p. 31; seu modelo artístico aqui é Nam June Paik. *The Man Who Fell to Earth* (1976) foi dirigido por Nicholas Roeg.

¹⁰ JAMESON, 1991, p. 2; VENTURI, Robert; BROWN, Denise Scott; IZENOUR, Steven. *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1977.

¹¹ VENTURI et al., 1977, p. 80

¹² VENTURI et al., 1977, p. 6.

¹³ JAMESON, 1991, p. 39.

¹⁴ LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas. Introduction. The Nordic Institute for Contemporary Art. *The Populism Catalogue*. New York: Lukas & Sternberg, 2005, p. 15.

¹⁵ Grids da Red Bull.

¹⁶ Para uma análise da mudança da reputação de Warhol, associada ao caráter da cena artística atual, ver GRAW, Isabelle. *High Price: Art Between the Market and Celebrity Culture*. Berlin: Sternberg Press, 2009.



¹⁷ Para as opiniões de Banksy sobre o mundo da arte, ver *Wall and Piece*. London: Century, 2005. p. 128.

¹⁸ Ver WAINWRIGHT, Martin. Ian McKellen leads challenge to Tate over LS Lowry “exclusion. *The Guardian*, 17 April 2011.

¹⁹ Sobre a obra dos fotógrafos de grafite, ver COOPER, Martha; CHALFANT, Henry. *Subway Art*. London: Thames and Hudson, 1984.

²⁰ Esse argumento é apresentado em LEWISOHN, Cedar; CHALFONT, Henry. *Street Art: The Graffiti Revolution*. London: Tate Publishing, 2009; ver também LEFEBVRE, Henri. Right to the City. In: KOFMAN, Eleonore; LEBAS, Elizabeth (ed. & trans.). *Writings on Cities*. Oxford: Blackwell, 1996.

²¹ Tate foi a marca mais popular seguida no Twitter em 2010, uma posição apenas alcançada por responder às opiniões dos usuários. Ver <http://www.freshnetworks.com/blog/2010/06/tate-museum-uk-top-brand-twitter>. Acesso em: 2 jun. 2011. O livro de Lewisohn e Chalfont mencionado anteriormente foi publicado pela Tate. Sobre o jogo, ver <http://kids.tate.org.uk/games/street-art/>. Acesso em: 2 jun. 2011.

²¹ COLUMBUS, Nikki (ed.). *Art in the Streets*, Los Angeles Museum of Contemporary Art. Rizzol, 2011.

²² Esse argumento é apresentado em LACLAU, Ernesto. Populism: What’s in a Name. In: LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas (eds.). *The Populism Reader*. New York: Lukas & Sternberg, 2005. p. 107.

²³ WARHOL, Andy. *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B & Back Again)*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1975. p. 100-101.

²⁴ HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Empire*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000.

²⁵ ANDERSON, Perry. *The Origins of Postmodernity*. London: Verso, 1998.

²⁶ Esse é o modelo oferecido por Wolfram Alpha, que toma procedimentos matemáticos e os aplica a conjuntos de dados selecionados. Ver <http://www.wolframalpha.com>. Acesso em: 2 jun. 2011.

²⁷ Ver MORETTI, Franco. Conjectures on World Literature. *New Left Review*, new series, n. 1 (2000); More Conjectures, *New Left Review*, n. 20 (2003); Network Theory, Plot Analysis, *New Left Review*, n. 68 (2011).

²⁸ LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas. Introduction, The Nordic Institute for Contemporary Art. *The Populism Catalogue*. New York: Lukas & Sternberg, 2005. p. 15.

²⁹ JAMESON, Fredric. *Valences of the Dialectic*. London: Verso, 2009. p. 427 e seguintes.



³⁰ RANCIÈRE, Jacques. *Hatred of Democracy*. Trans. Steve Corcoran. London: Verso, 2006.

³¹ Ibid., p. 80.

³² LACLAU, Ernesto. Populism: What's in a Name. In: LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas (eds.). *The Populism Reader*. New York: Lukas & Sternberg, 2005. p. 110.

³³ ANDERSON, 1998, p. 105-6.

³⁴ ANDERSON, 1998, p. 113.

Referências

ANDERSON, Chris. *Free: The Future of a Radical Price. The Economics of Abundance and Why Zero Pricing Is Changing the Face of Business*. London: Random House, 2009.

ANDERSON, Perry. *The Origins of Postmodernity*. London: Verso, 1998.

BANKSY. *Wall and Piece*. London: Century, 2005. p. 128.

BENJAMIN, Walter. The Author as Producer. In: JENNINGS, Michael W.; EILAND, Howard; SMITH, Gary (Eds.). *Selected Writings*. Volume 2. 1927-1934. Cambridge, Mass.: The Belknap Press of Harvard University Press, 1999, p. 780.

BOURRIAUD, Nicholas. *Altermodern*. London: Tate Publishing, 2009.

COLUMBUS, Nikki (ed.). *Art in the Streets*, Los Angeles Museum of Contemporary Art. Rizzoli, 2011.

CONTEMPORARY Art Market 2009/10: *ArtPrice Annual Report*. Lyon, 2010.

COOPER, Martha; CHALFANT, Henry. *Subway Art*. London: Thames and Hudson, 1984.

FOSTER, Hal. Whatever Happened to Postmodernism?. In: _____. *The Return of the Real*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1996.

GARCIA, David; LOVINK, Geert. *The ABC of Tactical Media*. Nettime, 1997. Disponível em: <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/>>



msg00096.html.> Acesso em: 3 jun. 2011.

GRAU, Isabelle. *High Price: Art Between the Market and Celebrity Culture*. Berlin: Sternberg Press, 2009.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Empire*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000.

JAMESON, Fredric. *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. London: Verso, 1991.

JAMESON, Fredric. *Valences of the Dialectic*. London: Verso, 2009.

LACLAU, Ernesto. Populism: What's in a Name. In: LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas (eds.). *The Populism Reader*. New York: Lukas & Sternberg, 2005.

LARSEN, Lars Bang; RICUPERO, Cristina; SCHAFHAUSEN, Nicholas. Introduction, The Nordic Institute for Contemporary Art. *The Populism Catalogue*. New York: Lukas & Sternberg, 2005.

LEFEBVRE, Henri. Right to the City. In: KOFMAN, Eleonore; LEBAS, Elizabeth (ed. & trans.). *Writings on Cities*. Oxford: Blackwell, 1996.

LEWISOHN, Cedar; CHALFONT, Henry. *Street Art: The Graffiti Revolution*. London: Tate Publishing, 2009.

MORETTI, Franco. Conjectures on World Literature. *New Left Review*, new series, n. 1 (2000).

MORETTI, Franco. More Conjectures, *New Left Review*, n. 20 (2003).

MORETTI, Franco. Network Theory, Plot Analysis, *New Left Review*, n. 68 (2011).

RANCIÈRE, Jacques. *Hatred of Democracy*. Trans. Steve Corcoran. London: Verso, 2006.

VENTURI, Robert; BROWN, Denise Scott; IZENOUR, Steven. *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1977.

WAINWRIGHT, Martin. Ian McKellen leads challenge to Tate over LS Lowry "exclusion. *The Guardian*, 17 April 2011.



WARHOL, Andy. *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B & Back Again)*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1975.

* Publicação original: STALLABRASS, Julian. Elite Art in an Age of Populism. In: DUMBADZE, Alexander; HUDSON, Suzanne (eds.). *Contemporary Art: 1989 to the Present*. Oxford: John Wiley & Sons, 2013, p. 39-49.

